

«El contenido de las imágenes y su
análisis en entornos documentales»

María del Carmen AGUSTÍN LACRUZ

EN

POLISEMIAS VISUALES

APROXIMACIONES A LA ALFABETIZACIÓN VISUAL EN LA SOCIEDAD INTERCULTURAL



Ediciones Universidad
Salamanca

**«El contenido de las imágenes y su análisis en
entornos documentales»**

María del Carmen AGUSTÍN LACRUZ

EN

POLISEMIAS VISUALES

APROXIMACIONES A LA ALFABETIZACIÓN
VISUAL EN LA SOCIEDAD INTERCULTURAL



Ediciones Universidad
Salamanca

COLECCIÓN AQUILAFUENTE

167

©

Ediciones Universidad de Salamanca
y los autores

1ª edición: diciembre, 2010
I.S.B.N.: 978-84-7800-166-8
Depósito legal: S. 1.525-2010

Ediciones Universidad de Salamanca
Apartado postal 325
E-37080 Salamanca (España)

Realizado por:
Trafotex Fotocomposición, S. L.
Tel. 923 22 81 03
37005 Salamanca (España)

Impreso en España-Printed in Spain

*Todos los derechos reservados.
Ni la totalidad ni parte de este libro
puede reproducirse ni transmitirse
sin permiso escrito de
Ediciones Universidad de Salamanca*



GÓMEZ DÍAZ, RAQUEL (ed.)

Polisemias visuales. Aproximaciones a la alfabetización visual en la sociedad intercultural
[Recurso electrónico] / Raquel Gómez Díaz y María del Carmen Agustín Lacruz (eds.).

– Salamanca: Ediciones Universidad de Salamanca, 2010

1 disco CD-ROM : col. ; 19 cm. + 1 folleto – (Aquilafuente ; 167)

I. Agustín Lacruz, María del Carmen (ed.). II. Título. 1. Alfabetización visual
2. Comunicación visual. 3. Educación intercultural.

316.772.2 (086)

376.02. 043.2: 7 (086)

A la memoria de Don Samuel Solórzano
y a nuestra familias, por supuesto.

“La primera tarea de la educación es enseñar a ver”

Rubem Alves

Presentación

Polisemias visuales. Aproximaciones a la alfabetización visual en la sociedad intercultural es una obra coral que recoge distintos trabajos en torno a la comunicación y la cultura visual, haciendo hincapié en la detección de las habilidades necesarias para poder comprender la información visual en distintos contextos y formatos de transmisión.

Los textos se articulan en torno a tres ejes temáticos complementarios: Modelos y competencias de lectura icónica y comunicación visual; Aplicaciones informáticas para el trabajo científico y Proyectos y acciones de intervención educativa. El conjunto de las aportaciones, por tanto, supone un rico conjunto de miradas hacia una sociedad que desde el reconocimiento a la pluralidad y diversidad aspira a estar cada día más alfabetizada.

La monografía constituye uno de los principales resultados del proyecto *Habilidades y estrategias para la alfabetización visual en entornos interculturales*, financiado por la Fundación Samuel Solórzano Barruso de la Universidad de Salamanca a través de la convocatoria de proyectos para el año 2010. Con motivo de este proyecto, se constituyó el equipo de Trabajo ALVISUAL, que reúne a especialistas de Documentación, Comunicación, Informática, Bellas Artes y Educación de las universidades de Salamanca, Zaragoza y Vigo con la finalidad de reflexionar en torno a la alfabetización visual, focalizando el estudio en la detección de las habilidades necesarias para poder comprender la información gráfica en distintos contextos y formatos de transmisión.

El contenido de las imágenes y su análisis en entornos documentales

María del Carmen Agustín Lacruz. Universidad de Zaragoza

1. Las imágenes como objeto de análisis documental

La riqueza expresiva de la imagen hace de ella una modalidad de comunicación humana muy eficaz. A lo largo de las últimas décadas, su estudio ha suscitado un gran interés en el ámbito de las ciencias sociales, y antropólogos, psicólogos, sociólogos, pedagogos, expertos en medios de comunicación social y otros muchos especialistas han abordado el hecho icónico desde perspectivas diversas.

Este interés es relativamente reciente, pues el desarrollo de la imprenta favoreció el triunfo de un modelo de cultura humanística que consagró al libro impreso como vehículo de transmisión de la información considerada “cultura” y desplazó a los sistemas basados en la cultura icónica a un nivel inferior. De forma paralela, el discurso científico desatendió el estudio de los sistemas visuales, relegándolos a una función auxiliar (Agustín, 2006)

Hoy en día, las representaciones iconográficas constituyen una parte sustancial de nuestra cultura visual contemporánea y es imposible ignorar su dimensión informativa y documental. Son consideradas como fuentes valiosas para recabar información sobre

los contextos socio-económicos e históricos, la cultura material, las formas de vida y los sistemas de creencias en los que fueron –o son– creadas y tanto el valor que les otorgamos, la profusión y extensión de su uso, como su efectividad y versatilidad comunicativa justifican su estudio científico.

Sin embargo, son novedosas dentro del ámbito disciplinar de las Ciencias de la Documentación las aproximaciones teóricas y empíricas a los procesos generales de análisis de contenido de cualquier tipo de documento icónico.

Este hecho, en parte, es consecuencia del prevalecimiento histórico del estudio de la información texto-lingüística sobre cualquier otro sistema de comunicación y ha determinado que el paradigma conceptual de la Documentación Científica se oriente hacia lo librario, desde una concepción muy reduccionista que considera como tal exclusivamente a lo tipográfico. Por otra parte, explica también la carencia de modelos, metodologías de análisis e instrumentos destinados de forma específica a esta tipología documental¹.

La imagen no sólo constituye un tipo de representación icónica que goza de un extenso uso cultural y una dilatada trayectoria histórica como medio de expresión y de comunicación, sino que además conforma –dentro del repertorio de las fuentes de

¹ En parte, que las Ciencias de la Documentación no hayan considerado las representaciones icónicas como objeto de su interés, se explica desde el conocimiento del contexto histórico en el que se fraguó su estatuto científico: Cuando esta disciplina nació –en el quicio entre los siglos XIX y XX– fruto de la explosión bibliográfica generada por el Positivismo y por los avances tecnológicos del momento, los medios de difusión de los documentos icónicos eran todavía caros y estaban poco extendidos.

En este contexto concreto, tanto la Bibliografía científica, como la Documentación desarrollaron metodologías y técnicas orientadas hacia el estudio de un solo soporte documental –el librario– y dentro de él, se centraron en el procesamiento y difusión de la información contenida en una sola tipología –los documentos textuales científicos–.

Sobre esta cuestión véase M.^a C. Agustín Lacruz. Metodología para la indización de documentos no textuales: Algunas precisiones a propósito de los documentos gráficos y audiovisuales. En García Marco, Fco. J. (ed.) *Organización del conocimiento en Sistemas de Información y Documentación 3*. Zaragoza: ISKO-España; Universidad, 1998, p.145-160, p. 148 y; Bibliotecas digitales y sociedad de la información. *Scire: representación y organización del conocimiento*. 1998, 4, 2, p. 47-62.

información iconográficas— una morfología específica y un tipo documental característico.

Su riqueza comunicativa hace que los mensajes que la imagen transmite resulten de extraordinario valor para el documentalista, quien intenta aprehenderlos para decodificar analíticamente su significado de manera que sea posible su comunicación secundaria posterior.

Cumplir este objetivo requiere efectuar un proceso analítico secuenciado en sucesivos estratos, en el que la imagen, respectivamente:

Es considerada —en primer lugar— dentro de sus contextos correspondientes de emisión y recepción, atendiendo a su intencionalidad y su pragmática.

En segundo lugar, es examinada en tanto que elemento integrante de un proceso de transferencia de conocimiento en el cual se transmiten informaciones acerca de las personas, objetos, acciones, eventos y lugares representados.

Posteriormente —en último lugar— se analiza como realización de un sistema semiótico —un código o un conjunto organizado de ellos— que trasciende el propio texto visual y que está vinculado con sistemas ideológicos, políticos, económicos, sociales, estéticos, religiosos, etc., específicos dentro de cada cultura y proceso histórico.

Dicho sistema de significados se articula a través de un lenguaje —que en la gran mayoría de los casos, dada su extraordinaria pervivencia cultural y su probada eficacia comunicativa— es capaz de operar *ex tempore* e *in absentia* de sus actantes iniciales y por ello, puede actuar en el largo, medio y corto plazo.

2. Modelos para el análisis documental de la imagen

En los últimos años, la indagación sobre el significado de las imágenes ha constituido un importante centro de atención en el seno de las Ciencias Sociales, que ha ocupado y

preocupado –con distintas matizaciones–a numerosos especialistas (Vilches, 1992; Valle, 1999; Moreiro y Robledano, 2003; Agustín, 2006; Marzal, 2007).

Esta *demanda de sentido* está en estrecha relación con la función y el uso que cada momento histórico ha asignado a sus representaciones iconográficas, así como con el valor social que les reconoce (Burke, 2001). Refleja, por tanto, la relevancia que nuestra cultura contemporánea otorga a las imágenes.

El objetivo principal del proceso de análisis documental es examinar la imagen como un registro o evidencia de interés general, en el que lo prioritario es dar cuenta del contenido de la representación, soslayando otros aspectos –más en consonancia con intereses específicos de otras disciplinas– como los relativos a la calidad estética; la técnica; el estilo; el estudio de las composiciones y las formas artísticas; los aspectos sociales, jurídicos; etc.

El procedimiento general del análisis documental de contenido requiere el establecimiento de un modelo conceptual que guíe todo el proceso e incluya la comprensión de su contexto de comunicación, los procedimientos de análisis y los instrumentos de normalización documental (García Marco y Agustín, 1998).

El modelo o paradigma conceptual se encuentra en la base de todo el sistema y se desarrolla a través de un conjunto de fases² secuenciales, que comprenden a su vez, diferentes procesos de análisis, que dan paso a los diferentes productos documentales. Constituye un tipo especial de modelo conceptual orientado hacia la generación de representaciones documentales secundarias y hacia la recuperación final de los documentos y la información en ellos contenida.

El modelo conceptual incluye, al menos:

2 Dichas fases mantienen la misma conformación y secuenciación –con las adaptaciones oportunas– que las propuestas en la Norma UNE 50-121-91: Documentación. Métodos para el análisis de documentos, determinación de su contenido y selección de los términos de indización, que a su vez, sigue a la Norma ISO 5963-1985: Documentation – Methods for examining documents, determining their subjects, and selecting indexing terms.

Una cartografía general de la intencionalidad comunicativa a la que responde el texto visual (Agustín, 2006a) así como de sus potenciales usos.

- Un conjunto de competencias que permitan la lectura comprensiva de la imagen.
- La definición de unos objetivos, un método de trabajo orientados hacia los productos documentales que se desean obtener.

Por su parte, desde el punto de vista del análisis semántico, los conocimientos necesarios son, al menos, de tres tipos:

Conocimientos sobre el contexto de producción, transmisión y recepción de la imagen, en su época original, pero también a lo largo de su devenir diacrónico, hasta llegar a la actualidad. Este tipo de conocimientos están relacionados con la Pragmática de la comunicación visual.

Conocimientos metodológicos sobre el modo de ver, describir, identificar e interpretar una imagen.

Conocimientos y metodologías específicamente documentales sobre representación y recuperación de la información.

Este conjunto de competencias y habilidades cognitivas permite emprender los procesos para obtener los resultados previstos.

Las acciones –tradicionalmente denominadas “procesos documentales” en el modelo de la cadena documental– son diversas y están pautadas. A partir de ellas, se consigue una descripción del contenido de la imagen, que, una vez normalizada según los conocimientos que poseemos sobre la representación y recuperación de la información, da lugar a la representación propiamente documental.

El planteamiento que se ha descrito se ha desarrollado en un marco científico definido por el paradigma comunicativo, en particular orientado por la Semiótica. Se ha

enriquecido con las aportaciones realizadas desde enfoques metodológicos procedentes de ámbitos disciplinares diferentes, que se analizan a continuación.

2.1. El análisis temático

El concepto de tema, entendido como una categoría universal de significado, forma parte de un acervo común compartido por varias disciplinas. Está emparentado con el concepto de género en Arte, Literatura y Comunicación Audiovisual y con el concepto de materia temática en Ciencias de la Documentación. Funciona como una etiqueta lingüística que se da a un determinado mensaje comunicativo para relacionarlo con un cuerpo de conocimiento socialmente compartido (García y Agustín, 1998 y 1999). Tema es el contenido transmitido por una imagen. Aquello que la imagen representa, así como su significado. Por ello, el tema es uno de los elementos vertebradores del análisis semántico de las imágenes.

Estas pueden ser analizadas temáticamente pues son susceptibles de ser interpeladas por aquello de lo que trata o sobre lo que versa su discurso, aunque la determinación del tema de una imagen está interferida por las dificultades de transcripción del lenguaje visual al verbal. En cualquier caso, la existencia de un tema o mensaje a comunicar, incluyendo la pura visualidad, es condición imprescindible para la misma existencia de una imagen.

2.2. El análisis facetado

El análisis facetado fue desarrollado por el matemático y bibliotecario hindú S. R. Ranganathan (1892-1972) dentro de su Teoría de la Clasificación como una matriz o protocolo de exploración eficaz para analizar el significado de cualquier hecho u objeto y expresarlo a través de la notación de un lenguaje documental.

Las facetas de Ranganathan son cinco categorías básicas –agente; acción, proceso o movimiento; materia u objeto; espacio y tiempo– en torno a las cuales es posible analizar y representar cualquier realidad. Como estrategia indagatoria, el análisis facetado tiene alcance universal y puede ser aplicado a todo tipo de realidades, pues permite requerir información desconocida organizada sobre ejes de demanda conceptual, para completar los esquemas cognitivos previamente configurados en torno a categorías sistematizadas.

2.3. El análisis iconológico

Fue dado a conocer por el estudioso alemán E. Panofsky en sus obras *El significado de las artes visuales* (1955) y posteriormente en *Estudios sobre Iconología* (1962), en las que desarrolló una brillante propuesta metodológica que resalta los aspectos relacionados con el significado de las obras visuales, frente a los estudios formalistas y a la historiografía tradicional. Para ello delimita un ámbito de trabajo claramente interdisciplinar, que nace de vincular dicho significado con los acontecimientos culturales y espirituales y con las relaciones entre la voluntad creadora de cada sujeto y las cosmovisiones históricas propias de una época histórica determinada.

El método iconológico establece tres niveles distintos de significación:

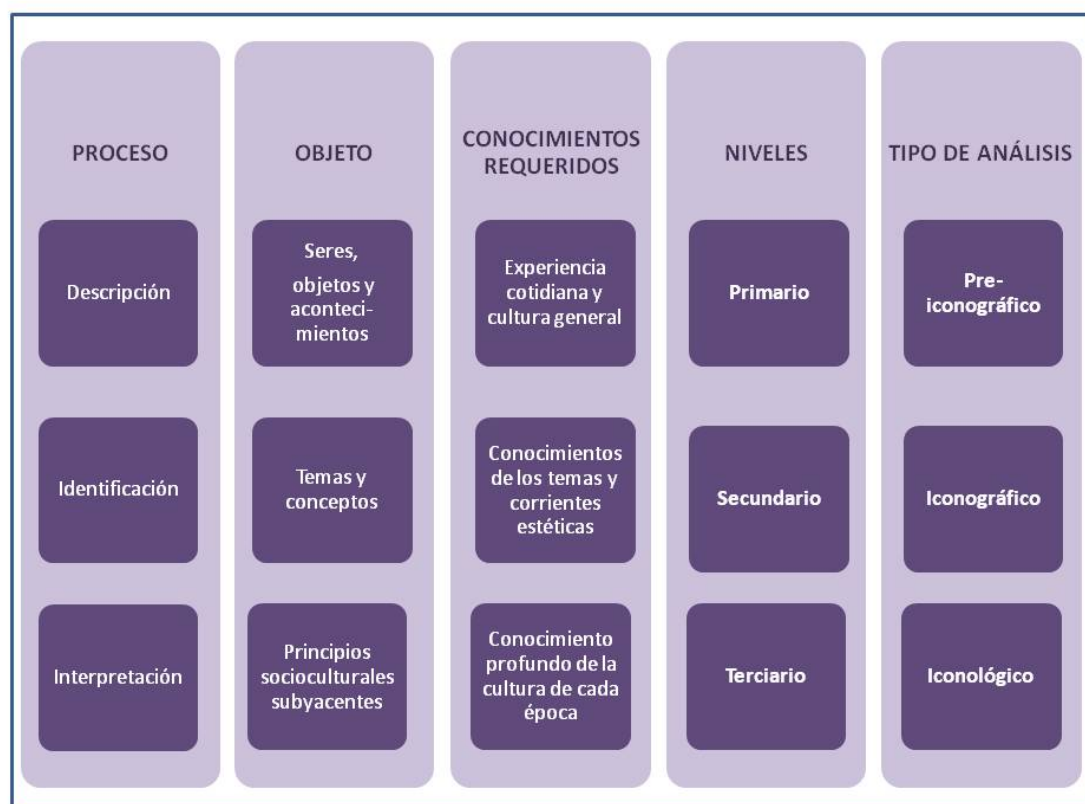
a) *Significación primaria o natural (primary subject matter)*. A su vez dividida en *significación fáctica* y *significación expresiva*. Ésta se alcanza identificando formas puras –configuraciones de línea y color, etc.– como representaciones de objetos naturales –seres humanos, animales, plantas, casas, herramientas, etc.–; identificando sus relaciones mutuas como acontecimientos y captando ciertas cualidades expresivas. El universo de las formas puras que se reconocen en este nivel de análisis en tanto que portadoras de significaciones primarias o naturales se identifica con el universo de los motivos artísticos. Para resolver dicho nivel de análisis basta la experiencia cotidiana y

la cultura general, puesto que la enumeración de los motivos artísticos constituye una *descripción preiconográfica* de la obra visual;

b) *Significación secundaria o convencional (secondary subject matter)*. Este estrato de significado se logra mediante la identificación de las figuras, los temas y los conceptos manifestados en imágenes, historias, tramas narrativas y alegorías. El proceso se denomina *análisis iconográfico*. Para realizarlo, el investigador debe poseer conocimientos sobre las fuentes literarias, mitológicas, religiosas, archivísticas, etc., propias de la tradición cultural en la que la escena sucede y se representa y

c) *Significación intrínseca o contenido*. Se capta investigando los principios subyacentes que revelan la mentalidad básica de una nación, época, clase social, creencia religiosa o filosófica representada en una determinada obra artística. De esta manera, el *contenido* de una obra visual se explicita cuando se interpretan las formas, motivos y alegorías como valores simbólicos de universos culturales determinados. Este proceso de análisis se denomina *interpretación iconológica* y requiere un conocimiento muy profundo de la historia de la cultura visual y de su contexto social y cultural. Es el grado más elevado del método iconológico y sólo puede alcanzarse a través de una descripción pre-iconográfica simultánea a un análisis iconográfico.

La Figura 1 representa de forma gráfica las relaciones que se dan entre los tipos y niveles de análisis, las actividades, los objetos y los conocimientos requeridos por el método iconológico.

Fig. 1 Análisis iconológico

Fuente: Elaboración propia

2.4. El modelo integrado

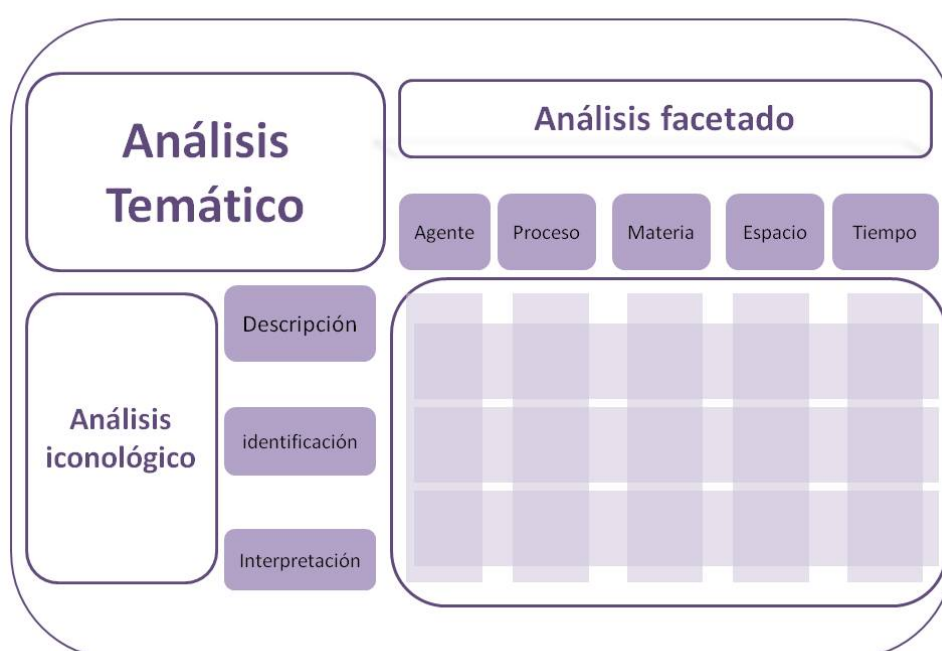
Como hemos tenido ocasión de comprobar a lo largo de la exposición precedente, el análisis temático, el facetado y el iconológico constituyen enfoques metodológicos que, aunque proceden de ámbitos disciplinares diferentes, pueden ser complementarios e integrarse dentro de un modelo común más holístico e interdisciplinar.

Este modelo común incorpora la variedad de matices aportados por cada uno de ellos y sus ricas especificidades disciplinares para ofrecer una panoplia de aportaciones posibles más extensa. De manera que el resultado de las interacciones que se

establecen entre los enfoques mejora las perspectivas del análisis de las imágenes y enriquecen los resultados obtenidos.

La Figura 2 muestra de forma gráfica el nuevo modelo obtenido tras la integración de los enfoques.

Fig. 2 Integración de enfoques metodológicos para el análisis de la imagen

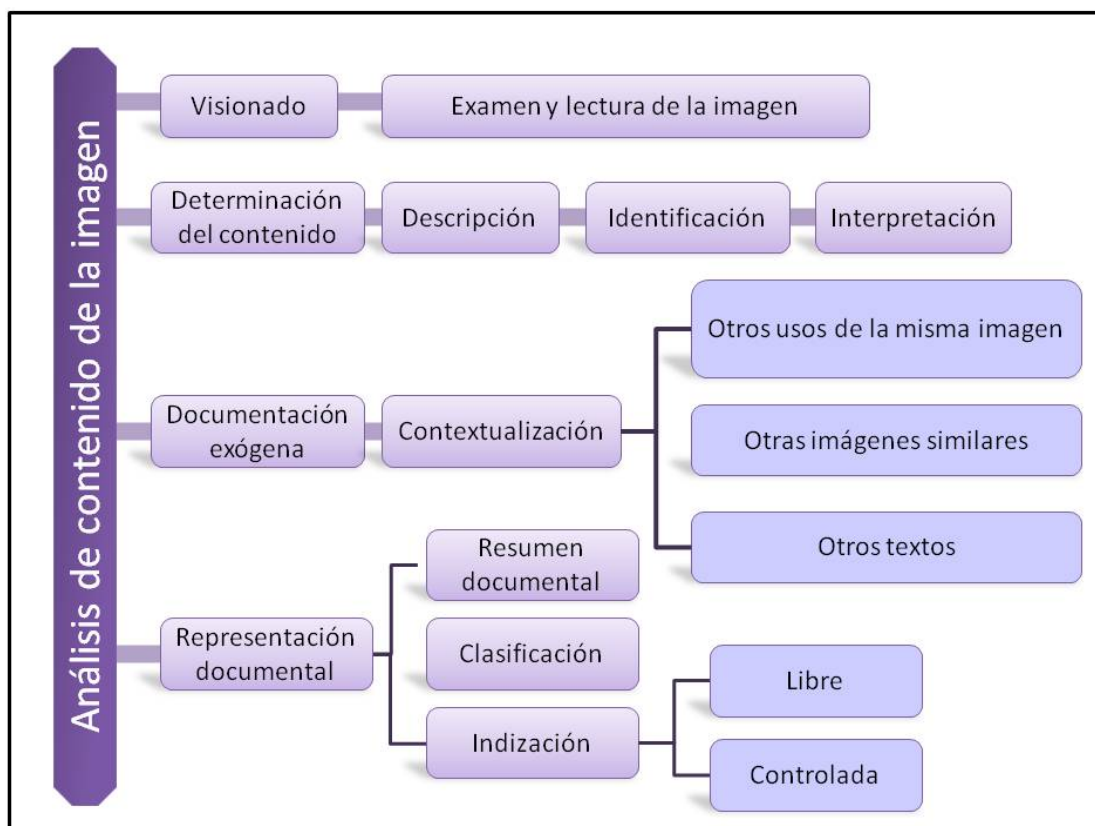


Fuente: Elaboración propia

3. El proceso de análisis documental de contenido de la imagen: Una aplicación del modelo sobre fotografías publicitarias

Una vez que ha sido establecido el modelo conceptual, fruto de la integración de perspectivas metodológicas complementarias, el proceso de análisis documental de contenido se desarrolla con un objetivo principal: describir el mensaje iconográfico de cara a su comunicación secundaria.

Fig. 3. Fases y operaciones documentales del análisis de contenido del texto pictórico



Fuente: Elaboración propia

Este proceso se despliega en una serie de fases –visionado; determinación del contenidos; documentación exógena y representación documental– que se describen como sucesivas, aunque su comportamiento real se asemeja más a un proceso retroalimentado en el que se incluyen las diferentes operaciones documentales, recogidas en la Figura 3 y que se comentan en los siguientes epígrafes.

3.1. El análisis de contenido de las fotografías publicitarias

Las fotografías publicitarias constituyen un interesante ámbito de aplicación para el modelo de análisis de contenido de las imágenes por su extraordinaria riqueza

significativa y su declarada intencionalidad proactiva. Su objetivo inmediato consiste en utilizar la capacidad de veracidad, que la imagen fotográfica transmite de forma superior a cualquier otro lenguaje icónico, para promocionar o vender productos, servicios o ideas. Desarrollan una gran creatividad y son muy permeables a los valores culturales, ideológicos y estéticos presentes en una sociedad determinada.

La fotografía publicitaria tiende a crear entornos armoniosos y favorables que potencian la demanda de los productos publicitados, por ello, muestra valores positivos, como la belleza, el triunfo, la felicidad, la riqueza, el placer, el disfrute del poder, etc. Sus mensajes buscan la originalidad en la forma, en la que se apoya para conseguir imponerse sobre similares mensajes anteriores y la simplicidad en el contenido, de manera que la ambigüedad posible sea mínima. Para ello se vale de diferentes recursos estéticos que sugieren emociones y sentimientos que estimulan el consumo, muy similares, por otra parte, a los empleados por la retórica pictórica y literaria.

Dentro de la fotografía publicitaria, atendiendo a la tipología de los productos promocionados, se han desarrollado importantes subgéneros, como la fotografía de moda, perfumes, accesorios, automóviles, bebidas alcohólicas, productos de limpieza, juguetes, telefonía, servicios financieros, etc.

La presencia de las imágenes publicitarias es ubicua y muy abundante en las sociedades desarrolladas contemporáneas. Utilizan todo tipo de soportes y canales de comunicación, como carteles, afiches, vallas, folletos, catálogos, prensa, revistas, publicaciones especializadas, etc. y su presencia impregna nuestra cultura visual hasta convertirse en unos de sus rasgos más característicos.

La actividad publicitaria en España está regulada por la Ley 34/1988 General de Publicidad; la Ley 26/1984 General para la defensa de consumidores y usuarios (principalmente en lo relativo al derecho a la información y a la naturaleza contractual de la publicidad); la Ley 7/1996 de Ordenación del comercio minorista, en lo relativo a promociones y rebajas y el Código Penal, en lo relacionado con el delito publicitario

(art. 282). Además, las empresas publicitarias han desarrollado códigos deontológicos y acuerdos de buenas prácticas para intentar resolver diferentes aspectos que no están suficientemente resueltos por la normativa o para superar distintas lagunas legales.

3.1. Visionado y lectura de la imagen

La lectura de la imagen es la etapa que inicia todo el proceso y da pie al análisis de contenido posterior.

Más allá de su aparente irrelevancia, es una actividad compleja que incluye conocimientos, habilidades y estrategias que las personas adquieren y perfeccionan con los años, según las diversas situaciones que experimentan y mediante la interacción con otros sujetos y en los entornos sociales en los que participan.

La lectura de imágenes:

Requiere el conocimiento y la identificación de los rasgos específicos del lenguaje visual y de su sistema de significación;

Implica la capacidad para comprender y utilizar las imágenes para alcanzar los objetivos del sujeto lector.

Supone la observación pormenorizada de cada uno de los diferentes códigos significativos que articulan los ámbitos en que se despliega el significado de la imagen, por parte de un sujeto lector que aporta su propia construcción del sentido de la imagen.

La fotografía seleccionada para su análisis práctico forma parte de la campaña “*Pure dream*”. Fue creada por la agencia Y&R (Young & Rubicam) para la empresa *J&B Scotch Whisky* (Justerini&Brooks) en 1999 y difundida en carteles exteriores y páginas de revistas. Un año más tarde fue galardonada con el premio “Anuncios del Año”

concedido por la revista “Anuncios” en la categoría de mejor publicidad exterior y con el premio AMPE, concedido por la Asociación de Medios Publicitarios de España.

Por tratarse de una bebida alcohólica con una gradación de alcohol superior a 20º centesimales, no está permitida la promoción de su consumo y venta mediante la emisión de anuncios televisivos, por lo que su difusión se realizó a través vallas publicitarias y anuncios en publicaciones impresas –diarios y revistas, principalmente– no dirigidas al público infantil. En la parte superior del lateral izquierdo se incluye la expresión “Bebe con moderación. Es tu responsabilidad”.

Fig. 4. Lectura de la fotografía publicitaria

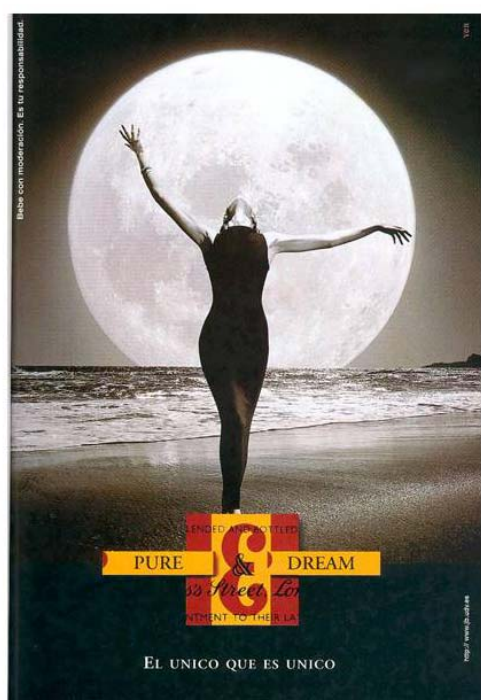


Imagen publicitaria que combina el blanco y negro en la representación figurativa de la mujer y el color en el logo de la marca de bebidas alcohólicas J&B Scotch Whisky, situado en la parte inferior, entre el lema “Pure dream” enunciado en inglés y el eslogan “El único que es único” en español. Es un plano general tomado con un ángulo contrapicado.

Provoca un gran impacto visual por su plasticidad y su estética clásica y equilibrada.

Promociona una marca de whisky y por ello, la comunicación publicitaria está regulada de forma específica.

Fuente: Elaboración propia

3.2. Determinación y análisis de su contenido

Tras la lectura de la imagen y la identificación de los elementos que definen su estructura semántica, el documentalista procede a examinar de forma sucesiva cada uno de los tres planos del significado de la obra –pre-iconográfico, iconográfico e iconológico–, teniendo en cuenta las particularidades del tema, género, uso, estilo, contexto, etc.

El análisis del significado de la imagen se organiza en tres planos: a) Descripción; b) Identificación y; c) Interpretación, que pueden ser implementados sin dificultad como tareas documentales.

Por su parte, cada uno de estos planos puede ser abordado atendiendo a diferentes grados de exhaustividad, que pueden variar notablemente entre sí, en función de las características propias del sistema de información del que formen parte las imágenes objeto de estudio.

A continuación se explica el cometido y el alcance de cada uno de los niveles mencionados:

3.2.1. Descripción

Es la operación documental que se relaciona con el nivel pre-iconográfico, correspondiente al estrato más básico del análisis del contenido. Sin embargo, es una operación analítica imprescindible para llevar a cabo las restantes, pues refiere de forma objetiva lo que está representado en la imagen.

En este sentido, resulta especialmente relevante cuando no es posible identificar motivos o temas más allá de los elementos directamente observables, como por ejemplo: *"Retrato de un hombre joven vestido con un traje de boda de estilo ibicenco"*

Por ello, la descripción debe caracterizar de forma objetiva los seres y objetos representados, incluyendo los datos relativos a su edad, género, expresiones y gestos,

aspecto, indumentaria, atributos, ubicación espacial, objetos, ornamentación, etc., de manera que quede asegurada su identificación al nivel más detallado posible. Esto permite discriminar imágenes diferentes que representan el mismo tema, de manera que el resumen documental haga posible la recuperación bajo condiciones garantizadas de relevancia y pertinencia.

Fig. 5. Descripción de la fotografía publicitaria

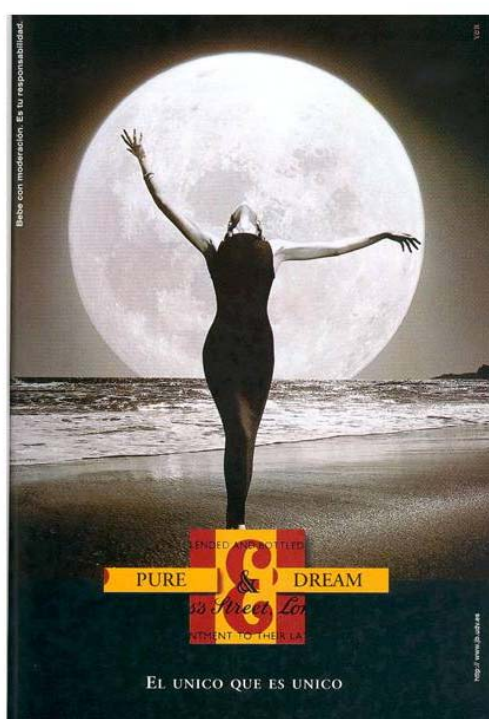


Imagen de una mujer joven de raza blanca, en pie, en posición frontal con la pierna derecha cruzada por delante de la izquierda, la cabeza inclinada hacia atrás y los brazos abiertos y extendidos. Viste un traje de noche de color negro, ajustado y sin mangas y en el brazo derecho lleva varias pulseras. Está situada en una playa de arena con oleaje de marea baja iluminada por una gran luna llena sobre la línea del horizonte.

A los pies, sobre la etiqueta con el logotipo del whisky J&B, de colores amarillo, rojo y negro, se lee la inscripción "Pure and dream". En el pie de la imagen, en letras versales blancas aparece el eslogan "El único que es único". En la parte superior del lateral izquierdo se lee el lema "Bebe con moderación. Es tu responsabilidad".

Fuente: Elaboración propia

3.2.2. Identificación

Consiste en la individualización y personalización de los temas y motivos representados a través de las personas, figuras, objetos, lugares, acontecimientos y escenas reconocidas en la operación anterior, considerando que, entre las series iconográficas más frecuentes en la cultura visual contemporánea se encuentran la

mitología clásica, la tradición literaria, el folklore, la historia, la cultura popular, el cine y, cada vez más, el cómic y los videojuegos.

La identificación se lleva a cabo mediante la tipificación de los atributos de cada escena, figura u objeto, a través del estudio de los elementos que los acompañan característicamente permitiendo su inequívoca identificación hasta el grado que sea posible.

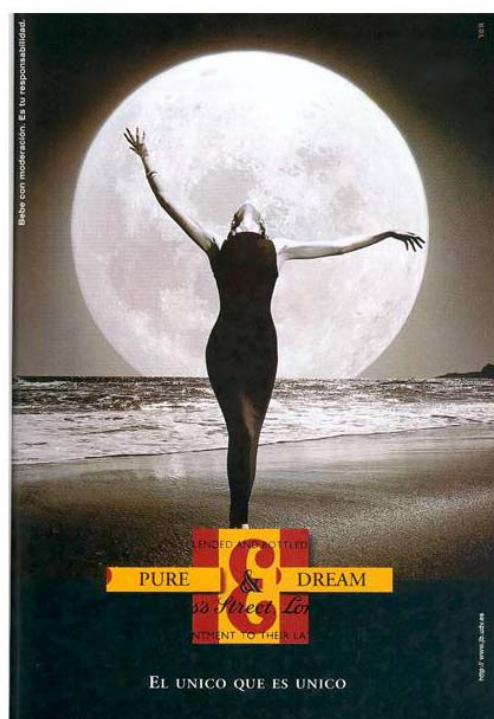
Metodológicamente, de cara a la recuperación temática posterior, es interesante diferenciar dos niveles distintos de análisis iconográfico:

- a) El análisis de los elementos iconográficos reales que representan seres, objetos, acontecimientos, etc., pertenecientes a un contexto histórico concreto.
- b) El análisis de los contenidos iconográficos simbólicos, como arquetipos, referencias míticas, alegóricas, culturales, etc., propios del imaginario social.

La labor de identificación se apoya sobre otra tarea documental que analizaremos posteriormente –la fase de documentación exógena y localización de fuentes de información– consistente en la consulta por parte del investigador o del documentalista de multitud de obras de referencia, biografías, diccionarios de símbolos y temas, etc.

También se requiere conocer la producción generada por el equipo creativo y por el mismo anunciante, así como la elaborada por otros creadores coetáneos para poder determinar tanto la iconografía representada en la obra, como aquella que es característica del género.

No obstante, no siempre será posible la identificación hasta alcanzar la individualización completa y, en ese caso, habrá de admitirse cierto grado de generalización.

Fig. 6. Identificación de la fotografía publicitaria

La escena nocturna de una mujer situada de espaldas al mar, en una playa con olas representa a la diosa griega Afrodita, conocida dentro de la mitología romana como Venus.

Afrodita surgió de la espuma de las olas del mar que se formó alrededor de los genitales de Urano, y los vientos llevaron hasta la isla de Chipre, Nació adulta, núbil muy atractiva y vestida con hermosos ropajes y pudo escoger marido libremente. Se casó con el dios Hefesto y fue madre de numerosos hijos concebidos fuera del matrimonio. También mantuvo relaciones con mortales. Protegió por igual a sus hijos, amantes y marido –del que nunca se divorció– y ayudó por igual a dioses, diosas y humanos.

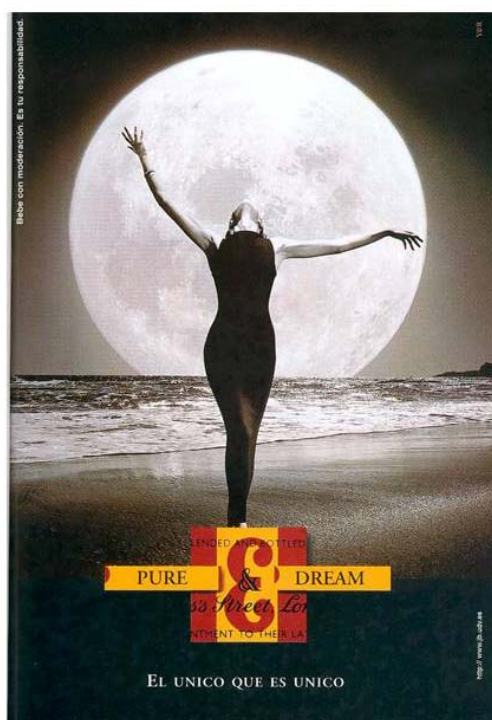
Los griegos la veneraban como diosa del amor, la libertad sexual y del deseo apremiante, que trascendía la razón y el sentido común.

El mito de Afrodita es el símbolo de la sabiduría del amor que reside en el corazón de la mujer.

Fuente: Elaboración propia

3.2.3. Interpretación

Es la operación documental que atañe al nivel más profundo del análisis de contenido de la imagen. Para llevarla a cabo, el documentalista considera la intencionalidad del creador, del comitente, el ambiente histórico-cultural, la función, el alcance y el propósito de la obra. Supone un estadio de abstracción y complejidad superior a la lectura iconográfica, pues intenta aprehender la significación profunda de la imagen, buscando sentidos de segundo grado. Finalmente, no hay que olvidar que los significados últimos de los mismos temas iconográficos varían sustancialmente según las culturas y las épocas históricas.

Fig. 7. Interpretación de la fotografía publicitaria

La imagen tiene una significación poderosamente evocadora que recrea la relación simbólica entre la Luna, la mujer y las mareas, presente en la tradición clásica a través del mito del nacimiento de la diosa Afrodita.

La composición resalta la posición central de la mujer, cuya cabeza es el centro de la Luna y cuyas caderas marcan la intersección entre el mar, el horizonte y la Luna.

Sobre la superficie redonda y plana, a modo de esfera, los brazos femeninos semejan saetas que marcan el paso del tiempo. El mar a sus pies connota la fuente de vida y la recursividad del tiempo.

Fuente: Elaboración propia

3.3. Selección de las fuentes de información y documentación exógena

Esta es una fase de apoyo, específica de los procesos de análisis de contenido de documentos icónicos, que implica la selección de aquellas fuentes de información complementarias que pueden ser necesarias –en función de la mayor o menor competencia del indizador– para el análisis del significado de la imagen.

Dichas fuentes de información pueden clasificarse atendiendo a dos criterios: según su naturaleza significativa –fuentes icónicas, textuales, orales, etc.– o bien atendiendo al tipo de información que contienen –primarias, secundarias, terciarias, etc.–.

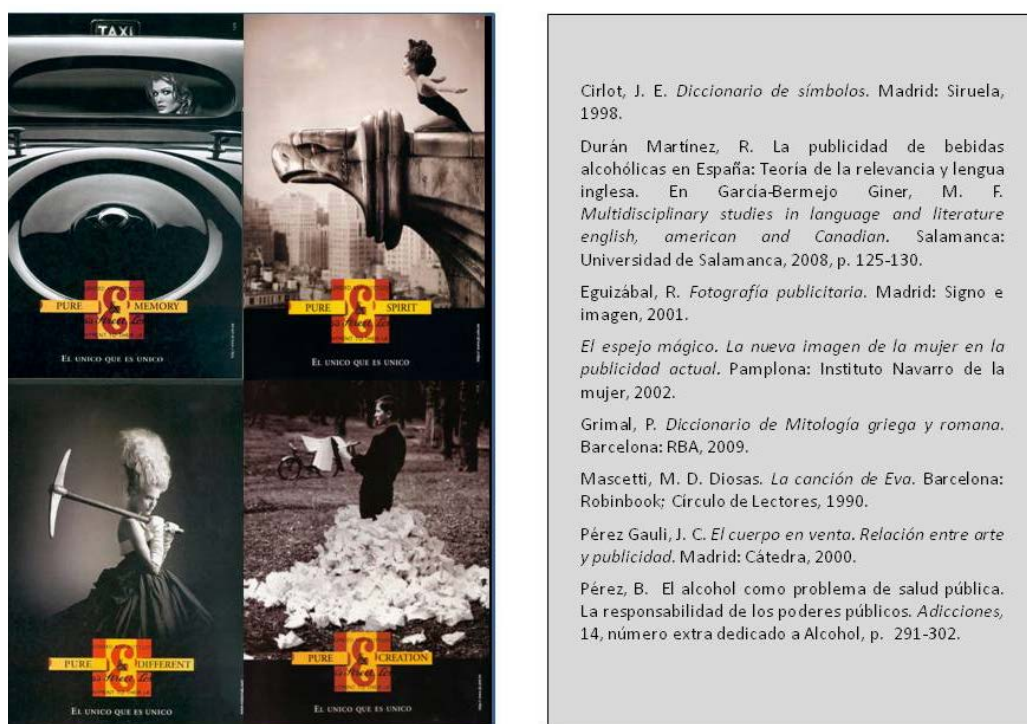
Entre las fuentes icónicas destaca la propia imagen –incluyendo sus inscripciones, leyendas, y otras informaciones textuales que lo acompañan– y el resto de las obras

iconográficas y las fuentes visuales con las que mantiene vinculación, por inspirarse en ellas, ser fuente de inspiración para ellas, formar parte de la misma serie, ser coetáneas, etc.

Por lo que respecta a las fuentes textuales, es posible distinguir con independencia de su naturaleza analógica o digital, al menos, los siguientes tipos:

- a) Obras de referencia: Enciclopedias, directorios, diccionarios, guías, cronologías, etc.
- b) Fuentes de información primarias: Monografías, partes de monografías, publicaciones periódicas y seriadas, literatura gris –tesis, informes técnicos, conferencias, literatura académica, etc. –.
- c) Fuentes de información secundarias: Se trata de bibliografías –generales, retrospectivas, especializadas, bio-bibliografías, etc. –, catálogos –de bibliotecas, catálogos colectivos, etc. –; y bases de datos.

El inventario sistematizado de las fuentes de información consultadas para efectuar el análisis de contenido de una imagen puede ser diseminado dentro de los sistemas de información como un producto documental independiente, y habitualmente, alcanza un gran valor, por la laboriosidad de su compilación y la especialización de su ámbito científico.

Fig. 8. Fuentes de información icónicas y textuales de la fotografía publicitaria

Fuente: Elaboración propia

3.4. Representación documental

A pesar de su importancia, el análisis de contenido no es, *per se*, un objetivo finalista del proceso documental, sino que –una vez efectuado de forma sistemática– el rasgo diferenciador frente a otros enfoques disciplinares es que dicho análisis permite generar representaciones documentales que recogen las principales informaciones relativas al contenido de la imagen, de manera que sea posible –para los usuarios de los sistemas de información implicados– reunir todos los documentos pertinentes a sus demandas de información en las mejores condiciones de tiempo y fiabilidad posibles. La fase de representación documental es, por tanto, una fase de concreción, de expresión y de plasmación del análisis realizado previamente.

Al igual que la etapa previa –documentación exógena– esta fase es también característicamente documental, ya que su objetivo es redactar representaciones documentales secundarias que, a modo de instrumentos intermedios, faciliten el acceso y la recuperación del contenido.

3.4.1. El modelo de la representación documental

Dentro del marco general que proporciona el modelo conceptual que guía el proceso de representación y recuperación de la imagen existe una relación estrecha entre los modelos de análisis del contenido que hemos estudiado y los distintos productos documentales que pueden resultar de ellos.

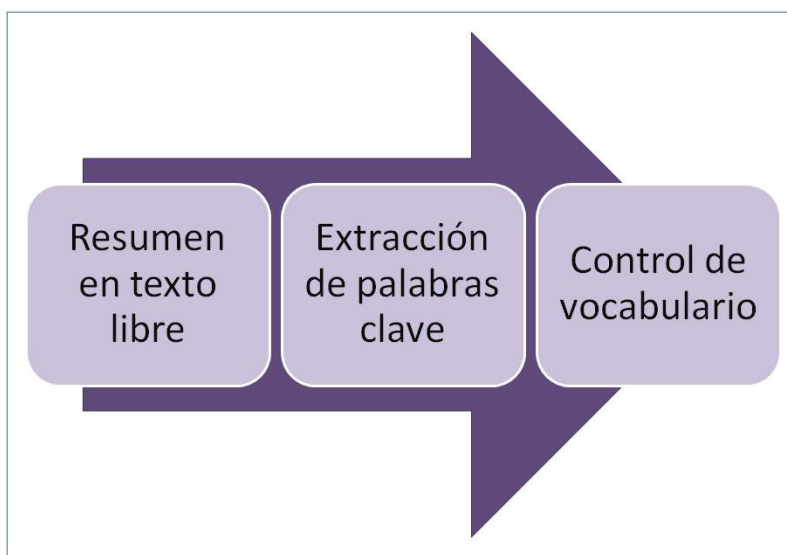
Efectivamente, cada uno de dichos niveles de análisis proporciona una información progresivamente más sintética y controlada acerca del significado que reside en la imagen y todos ellos en conjunto aportan distintas y múltiples posibilidades de acceso.

En este sentido, los distintos productos documentales obtenidos –índices de clasificación, descriptores libres y/o controlados, palabras clave y resúmenes– corresponden a franjas de análisis jerárquicamente organizadas en cuanto a su nivel de síntesis y a su capacidad informativa. Cada una de estas cotas de acceso pretende optimizar la relación existente entre la exhaustividad y precisión de la recuperación y el tiempo que ello requiere. Es decir, intentan que el usuario que necesita información general y precisa, la obtenga rápidamente a cambio de menor exhaustividad; mientras que el usuario que requiera información muy exhaustiva, logre su objetivo invirtiendo mucho más tiempo.

Los distintos niveles de representación no son útiles únicamente desde la perspectiva de la recuperación, sino también para el propio modelo de análisis, ya que su inserción en el diseño global favorece la normalización documental que –a su vez– retroalimenta todo el proceso de análisis mediante la secuenciación de los productos documentales, como se observa en el siguiente diagrama (Fig. 9):

- a) Redacción de un resumen documental en texto libre, en el que recoge el contenido de la imagen y se redacta un texto gramaticalmente correcto. Esto es, se describe, identifica e interpreta la representación iconográfica.
- b) Extracción de palabras clave del resumen, expresadas en lenguaje natural.
- c) Control de vocabulario mediante un tesauro, índice y/o clasificación.

Fig. 9. Secuencia de elaboración de las representaciones documentales



Fuente: Elaboración propia

3.4.2. Los productos documentales

Los productos documentales están estrechamente emparentados con los niveles de análisis de contenido, de tal manera que la aplicación de cada uno de ellos provee una información de mayor calidad, progresivamente más estructurada, sintética y controlada y todos en su conjunto proporcionan estrategias de acceso temático que se complementan entre sí.

Dichas franjas de representación documental se estructuran en un esquema general dentro del cual el resumen en texto libre es el producto que aporta mayor riqueza informativa, pues describe y caracteriza de forma inequívoca el contenido de la imagen elaborando un texto gramaticalmente correcto.

A partir del resumen es posible realizar la extracción de palabras clave –expresadas en lenguaje natural– lo que proporciona un nivel intermedio de representación, sobre el que por su parte, es posible practicar el control léxico requerido, mediante herramientas lingüísticas diversas como tesauros, vocabularios especializados, sistemas de clasificación, etc.

Los niveles más sintéticos –los descriptores controlados e índices de clasificación– permiten obtener respuestas pertinentes en un tiempo mínimo, pero proporcionan numerosos ítems no relevantes para los usuarios, aunque respondan realmente al tema de su interés.

Por el contrario, las cotas más analíticas –señaladamente el resumen y los descriptores libres– hacen posible una mayor precisión en la recuperación, discriminando aquellos documentos relevantes para satisfacer la información demandada.

La principal desventaja del resumen es que su realización resulta muy gravosa –en consumo de tiempo y en asignación de recursos humanos– para el sistema de información, y paralelamente, su lectura requiere una mayor dedicación de tiempo por parte del usuario.

3.4.2.1. El resumen documental

Su función es proporcionar una descripción pormenorizada del contenido semántico de la imagen mediante la redacción de un texto en lenguaje natural que sea gramaticalmente correcto.

Aporta una información considerablemente más detallada y estructurada que los descriptores y palabras clave y puede permitir al usuario tomar decisiones posteriores. Hace posible, además, la recuperación posterior mediante palabras clave.

El resumen puede ser anotativo, es decir, una especie de título más exhaustivo que da cuenta de forma sucinta del contenido de la imagen, su género, alcance, así como de la descripción e identificación básica de los elementos representados y las coordenadas espaciales y temporales.

También es posible redactar un resumen indicativo en el que los aspectos ya reseñados en el nivel anotativo, se amplían con mayor grado de detalle y se refieren contenidos implícitos y menos evidentes de la imagen, así como distintas cuestiones técnicas relacionadas con ellos.

La información se dispone así en sucesivos niveles de profundidad y densidad informativa, de tal manera que el usuario accede en primer lugar a la información básica y paulatinamente se va adentrando en otra más específica, de manera que pueda abandonar la lectura en cuanto considere que los datos obtenidos son suficientes.

Fig. 10. Resumen documental de la fotografía publicitaria

Imagen publicitaria de una mujer joven de raza blanca, en pie, en posición frontal con la pierna derecha cruzada por delante de la izquierda, la cabeza inclinada hacia detrás y los brazos abiertos y extendidos. Viste un traje de noche de color negro, ajustado y sin mangas y en el brazo derecho lleva varias pulseras. Está situada en una playa de arena con oleaje de marea baja iluminada por una gran luna llena sobre la línea del horizonte. A los pies, sobre la etiqueta con el logotipo del whisky J&B, de colores amarillo, rojo y negro, se lee la inscripción “Pure and dream”. En el pie de la imagen, en letras versales blancas aparece el eslogan “El único que es único”. En la parte superior del lateral izquierdo se lee el lema “Bebe con moderación. Es tu responsabilidad”.

La imagen tiene una significación poderosamente evocadora que recrea la relación simbólica entre la luna, la mujer y las mareas, presente en la tradición clásica a través del mito del nacimiento de Venus. La composición privilegia la posición central de la mujer, cuya cabeza es el centro de la luna, y cuyas caderas marcan la intersección entre el mar y la luna. Sobre la superficie redonda y plana, a modo de esfera, los brazos femeninos semejan saetas que marcan el paso del tiempo. El mar a sus pies connota la fuente de vida y la recursividad del tiempo.

Fuente: Elaboración propia

3.4.2.2. Los descriptores y palabras clave

En la fase de representación los lenguajes documentales desarrollan una tarea muy importante, pues son las herramientas lingüísticas que permiten controlar el léxico con el que se formulan las demandas dentro de los sistemas de información.

Desempeñan por ello una función primordial en los procesos de mediación entre las colecciones documentales y los distintos tipos de usuarios etc. Sin embargo, su estudio y análisis pormenorizado se apartan del objetivo de este trabajo³.

³ El lector interesado podrá encontrar una panorámica general sobre las herramientas documentales disponibles, en lengua francesa e inglesa respectivamente, para llevar a cabo el análisis de la imagen

Los *descriptores libres* pueden ser palabras claves extraídas del resumen o descriptores asignados en lenguaje natural por el indizador. Si sólo se utilizan términos extraídos, este nivel es redundante en los sistemas que permiten recuperar en el campo del resumen. Sin embargo, son útiles como filtro de la relevancia de los términos, especialmente si, además, introducen como nuevos puntos de acceso términos asignados por los indizadores.

Los *descriptores controlados* mediante un tesoro u otro sistema son fundamentales para conseguir una relación óptima entre exhaustividad y precisión en la búsqueda. De esta manera, se eliminan los problemas de polisemia y sinonimia, y otros inconvenientes derivados de la naturaleza lingüística de las heramientas.

Por su parte, los *listados de palabras clave* han de someterse posteriormente a procesos de control de vocabulario.

artística –como el Thesaurus iconographique: système descriptif des représentations creado por François Garnier; el Thésaurus des images médiévales del Centre de Recherches Historiques de l'École des Hautes Études en Sciences Sociales; el Thésaurus d'ICONOS, elaborado por el Servicio Iconográfico de la Documentación; el Art & Architecture Thesaurus (AAT) redactado por el Paul Getty Trust; el Thesaurus for Graphic Materials (TGM), compilado por la División de Impresos y Fotografías de la Biblioteca del Congreso de los Estados Unidos y El Iconclass, sistema de clasificación construido por Henri van de Waal en la Universidad de Leiden (Holanda)–, así como datos relevantes acerca de su historia y génesis, su contenido y estructura y algunas notas específicas relativas a su aplicación práctica. Véase para ello en F. J. García Marco y C. Agustín Lacruz. Lenguajes documentales para la descripción de la obra gráfica artística. En Valle Gastaminza, F. del (coord.) Manual de documentación fotográfica. Madrid: Síntesis, 1999. Biblioteconomía y documentación, p. 169-204.

Fig. 11. Descriptores de la fotografía publicitaria



Fuente: Elaboración propia

4. A modo de conclusión

A tenor del recorrido que hemos realizado a través de estas páginas, el análisis de contenido de las imágenes se ha revelado como una tarea apasionante, capaz de aunar los intereses, los métodos de trabajos y las herramientas más características de disciplinas diversas.

Esto es así porque los valores que las imágenes encierran no se agotan en un enfoque, ni en una época, ni en una sola mirada. Su capacidad de fascinar al sujeto que mira, de provocar sus emociones y de estimular sus pensamientos se renuevan en cada ocasión.

Las imágenes son espacios que admiten bien la lectura plural, pues son capaces de integrar múltiples estratos culturales sin perder su propia individualidad. Por ello,

analizar imágenes es una forma de compartir significados que funciona entre culturas diversas.

De hecho, la historia de nuestra cultura visual es en buena medida, la historia esas significaciones superpuestas como estratos geológicos, pues antes que nada, los seres humanos somos “máquinas de mirar” y “máquinas de interpretar la mirada”.

Referencias bibliográficas

AGUSTÍN LACRUZ, M^a del Carmen. El análisis documental de contenido de las ilustraciones del libro antiguo En PEDRAZA GRACIA, Manuel J. (ed.) *Comercio y tasación del libro antiguo: análisis, identificación y descripción*. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza, 2003, p. 81-116.

AGUSTÍN LACRUZ, M^a del Carmen. *Análisis documental de contenido del retrato pictórico: Propuesta epistemológica y metodológica aplicada a la obra de Francisco de Goya*. Cartagena: Ayuntamiento. Concejalía de Cultura; 3000 Informática, 2006. Tendencias; 3.

AGUSTÍN LACRUZ, M^a del Carmen. *Análisis documental de contenido de la imagen artística: Fundamentos y aplicación a la producción retratística de Francisco de Goya*. [Tesis doctoral]. Zaragoza: Prensas Universitarias de Zaragoza, 2006. Disponible en línea en http://www.tesisenred.net/TDR-1103108-113745/index_cs.html Consultado el 21-09-2010.

AGUSTÍN LACRUZ, M^a del Carmen. El análisis de contenido y la representación documental de las imágenes pictóricas: Una investigación desarrollada sobre los retratos de Francisco de Goya. En *Anais do VII Encontro Nacional de Pesquisa em Ciencia da Informaçao*. Marilia: FFC/UNESP-Publicações, 2006, p. 294-305. Disponible en línea en <http://www.portalppgci.marilia.unesp.br/enancib/viewabstract.php?id=222>. Consultado el 25-09-2010.

AGUSTÍN LACRUZ, M^a del Carmen. The concept of "artistic text" and its importance for the documentation sciences = O conceito de "texto artístico" e sua relevância para as Ciências da Documentação. *Brazilian Journal of Information Science*, 2006, Vol. 0. Disponible en línea en: <http://www.portalppgci.marilia.unesp.br/bjis>. Consultado el 21-10-2010.

BOADAS, Joan, CASELLAS, Lluís Esteve, y SUQUET, M. Angels. *Manual para la gestión de fondos y colecciones fotográficas*. Girona: CCG, Centre de Recerca i Difusió de la Imatge. Ajuntament di Girona, 2001.

BURKE, Peter. *Visto y no visto. El uso de la imagen como documento histórico*. Barcelona: Editorial Crítica, 2001.

GARCÍA MARCO, Fco. Javier y AGUSTÍN LACRUZ, M^a del Carmen. El análisis de contenido de las imágenes artísticas. *Informatio*, 1998-1999, Vol. 3-4, p. 106-127.

GARCÍA MARCO, Fco. Javier y AGUSTÍN LACRUZ, M^a del Carmen. El análisis de contenido de las reproducciones fotográficas de obras artísticas. En VALLE GASTAMINZA, Félix del (coord.) *Manual de documentación fotográfica*. Madrid: Síntesis, 1999, p. 133-167.

GARCÍA MARCO, Fco. Javier y AGUSTÍN LACRUZ, M^a del Carmen. Lenguajes documentales para la descripción de la obra gráfica artística. En VALLE GASTAMINZA, Félix del (coord.) *Manual de documentación fotográfica*. Madrid: Síntesis, 1999, p. 169-204.

GARCÍA MARCO, Fco. Javier y AGUSTÍN LACRUZ, M^a del Carmen. Cognitive models in pictorial image retrieval. En MUSTAFA EL HADI, Widad, Jacques MANIEZ and Steven A. POLLIT (eds). *Structures and relations in Knowledge Organization: proceedings of the Fifth International ISKO Conference, 25-29 August 1998, Lille, France*. Wünnzburg: Ergon Verlag, 1998, p. 263-269.

HALL, Sean. *Esto significa esto. Esto significa aquello. Semiótica: Guía de los signos y su significado*. Barcelona: Blume, 2007.

JEFFREY, Ian. *Cómo leer la fotografía. Entender y disfrutar los grandes fotógrafos, de Stieglitz a Doisneau*. Barcelona: Electa, 2009.

JOLY, Martine. *La interpretación de la imagen: entre memoria, estereotipo y seducción*. Barcelona: Paidós, 2003.

MANGUEL, Alberto. *Leer imágenes*. Madrid, Alianza Editorial, 2003.

MARCOS RECIO, Juan Carlos. Técnicas bibliográficas para el análisis documental en Publicidad: Una propuesta básica. En ANDRÉS DEL CAMPO, Susana de (coord.). *Otros fines de la publicidad*. Zamora; Sevilla: Comunicación Social; Ediciones y Publicaciones, 2010, p. 175-206.

MARZAL FELICI, Javier. *Cómo se lee una fotografía. Interpretaciones de la mirada*. Madrid: Cátedra, 2007.

MOREIRO GONZÁLEZ, José Antonio y ROBEDANO ARILLO, Jesús. *O conteúdo da imagem*. Curitiba: Editora da UFPR, 2003.

PINTO MOLINA, María, GARCÍA MARCO, Fco. Javier, y AGUSTÍN LACRUZ, M.^a del Carmen. *Indización y resumen de documentos digitales y multimedia. Técnicas y procedimientos*. Gijón: TREA, 2002.

ROBEDANO ARILLO, Jesús. *El tratamiento documental de la fotografía de prensa: sistemas de análisis y recuperación*. Madrid: Archiviana, 2002.

SANTAELLA, Lucia. y NÖTH, Winfried. *Imagen. Comunicación, Semiótica y medios*. Kassel: Reichenberger, 2003.

TAGG, John. *El peso de la representación. Ensayos sobre fotografías e historias*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 2005.

VILCHES, Lorenzo. *La lectura de la imagen*. Barcelona: Paidós, 1992.

ZUNZUNEGUI, Santos. *Pensar la imagen*. Madrid: Cátedra, Universidad del País Vasco, 1998.

Tabla de contenidos

Presentación	3
Comunicación visual, alfabetización e imagen. <i>María del Carmen Agustín Lacruz, José Luis Alonso Berrocal, Inma Canales Lacruz, José Antonio Cordón García, Francisco Javier Frutos Esteban, Carlos G. Figuerola, Raquel Gómez Díaz, José Gómez Isla, Ana Rey Cao, Ángel F. Zazo Rodríguez</i>	11
 PARTE I. Modelos y competencias de lectura icónica y comunicación visual	
La alfabetización visual: retos para un mundo que aspira a la interculturalidad. <i>Raquel Gómez Díaz</i>	21
De la lectura ensimismada a la lectura colaborativa: nuevas topologías de la lectura en el entorno digital. <i>José Antonio Cordón García</i>	39
El contenido de las imágenes y su análisis en entornos documentales. <i>María del Carmen Agustín Lacruz</i>	85
La medición del rendimiento comunicativo de las señales visuales en contextos interculturales. <i>Francisco Javier Frutos Esteban</i>	117
Dificultades semióticas para la lectura de los signos visuales en entornos intercul- turales. <i>José Gómez Isla</i>	127
 PARTE II. Aplicaciones informáticas para el trabajo científico	
Herramientas de software libre para el trabajo científico colaborativo. <i>Ángel F. Zazo Rodríguez, José Luis Alonso Berrocal y Carlos G. Figuerola</i>	149
La creación de un portal de alfabetización visual con un gestor de contenidos: un caso práctico. <i>José Luis Alonso Berrocal, Raquel Gómez Díaz, Carlos G. Figuerola y Ángel F. Zazo Rodríguez</i>	173
 PARTE III. Proyectos y acciones de intervención educativa	
La mirada crítica en los programas de alfabetización visual intercultural: ¿adaptación o producción? <i>Ana Rey Cao</i>	201
Diseño de un taller de Alfabetización Visual. <i>Inma Canales Lacruz</i>	221

Índice de autores

Agustín Lacruz, María del Carmen

<i>Comunicación visual, alfabetización e imagen.....</i>	11
<i>El contenido de las imágenes y su análisis en entornos documentales.....</i>	85

Alonso Berrocal, José Luis

<i>Comunicación visual, alfabetización e imagen</i>	11
<i>Herramientas de software libre para el trabajo científico colaborativo</i>	149
<i>La creación de un portal de alfabetización visual con un gestor de contenidos: un caso práctico</i>	173

Canales Lacruz, Inma

<i>Comunicación visual, alfabetización e imagen</i>	11
<i>Diseño de un taller de Alfabetización Visual</i>	215

Cordón García, José Antonio

<i>Comunicación visual, alfabetización e imagen.....</i>	11
<i>De la lectura ensimismada a la lectura colaborativa: nuevas topologías de la lectura en el entorno digital</i>	39

Figuerola, Carlos G.

<i>Comunicación visual, alfabetización e imagen</i>	11
<i>Herramientas de software libre para el trabajo científico colaborativo</i>	149
<i>La creación de un portal de alfabetización visual con un gestor de contenidos: un caso práctico</i>	173

Frutos Esteban, Francisco Javier

<i>Comunicación visual, alfabetización e imagen</i>	11
<i>La medición del rendimiento comunicativo de las señales visuales en contextos interculturales</i>	117

Gómez Díaz, Raquel

<i>Comunicación visual, alfabetización e imagen</i>	11
<i>La alfabetización visual: retos para un mundo que aspira a la interculturalidad .</i>	21
<i>La creación de un portal de alfabetización visual con un gestor de contenidos: un caso práctico</i>	173

Gómez Isla, José

<i>Comunicación visual, alfabetización e imagen</i>	11
<i>Dificultades semióticas para la lectura de los signos visuales en entornos inter- culturales.....</i>	127

Rey Cao, Ana

<i>Comunicación visual, alfabetización e imagen</i>	11
<i>La mirada crítica en los programas de alfabetización visual intercultural: ¿adap- tación o producción?</i>	201

Zazo Rodríguez, Ángel F.

<i>Comunicación visual, alfabetización e imagen</i>	11
<i>Herramientas de software libre para el trabajo científico colaborativo</i>	149
<i>La creación de un portal de alfabetización visual con un gestor de contenidos: un caso práctico</i>	173



Ediciones Universidad
Salamanca

ISBN 978-84-7800-166-9



9 788478 001668

Depósito legal: S. 1.525-2010